

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan perekonomian dan bisnis di era globalisasi cukuplah pesat, suatu hal yang tidak dapat disangkal lagi bahwa adanya persaingan ketat dalam memasuki era globalisasi. Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersaing diantaranya adalah selalu berusaha mendapatkan cara terbaik untuk merebut dan terutama adalah mempertahankan pangsa pasar. Merebut dan mempertahankan pangsa pasar dalam persaingan kompetitif seperti saat ini, perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu para pengusaha berlomba - lomba menarik konsumen dari berbagai segmen sesuai dengan target market yang telah ditentukan. Hal ini dilakukan untuk membuat konsumen yang telah datang dan menggunakan jasa perusahaan tersebut kembali datang untuk menggunakan kembali jasanya.

Menurut (Ali Hasan, 2018:131) *Repeat order* merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. *Repeat order* yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen.

Menurut Joseph, *et al* dalam (Pupuani& Sulistyawati, 2018) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *repeat order* yaitu : kepuasan pelanggan,

kualitas pelayanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan, inovasi, daya tarik produk, harga dan lingkungan fisik.

Hal ini membuat persaingan bisnis kuliner sangat ketat. Para penggiat bisnis penyajian makanan dan minuman ditantang pula untuk menciptakan suatu differensiasi serta berinovasi agar produk mereka memiliki daya tarik yang tidak dimiliki para pesaing, produk yang baik bahkan unik dan juga menyesuaikan pengorbanan yang diberikan konsumen dengan apa yang akan mereka dapatkan atau yang biasa disebut “you get what you pay for” atau bias dibilang dengan memberikan kualitas produk yang terbaik sehingga para konsumen akan merasa puas dan terkesan, setelah itu mereka akan kembali dan kembali lagi.

Menurut **American Society** dalam **Kotler dan Keller (2016:156)** kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

Menurut **(Suhardi, 2019)** mendefinisikan bahwa kemampuan inovasi yaitu sebagai sebuah gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa.

Menurut **(Tjiptono, 2016)** Daya tarik produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen dengan tujuan produknya dapat menjadi sorotan, diminta, dicari, dibeli, dan dikonsumsi oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (**Purnamasari, 2019**) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap *repeat order*. (**Nurnaningsih, 2018**) juga menerangkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif yang signifikan terhadap *repeat order*.

Penelitian yang dilakukan oleh (**Sebrica, 2018**) membahas tentang kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repeat order*. Penelitian yang dilakukan oleh (**Maulana, 2019**) mengatakan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap daya tarik produk.

Penelitian yang dilakukan oleh **Astiani Yunus (2019)** Pengaruh kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik terhadap pembelian ulang pada warung kopi harapan J2 di kota Palu. Hasil penelitiannya adalah kualitas produk, lokasi dan lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang pada warung kopi harapan J2 di kota Palu.

Di kota Padang bisnis kuliner mengalami perkembangan yang baik. Persaingan di bidang kuliner sangat ketat, yang dapat kita lihat dari terus bertambahnya jumlah restoran dan rumah makan yang tersebar di kota Padang dan hal tersebut mungkin saja akan terus bertambah dari tahun ke tahun. Usaha restoran dan rumah makan di kota Padang banyak menawarkan beragam jenis makanan dan minuman.

Berdasarkan hasil survey awal terhadap konsumen Rubels Shake Padang dengan 20 orang responden sebagai berikut :

Tabel 1.1
Hasil Survey Awal Tentang *Repeat Order* Pada Rubels Shake Padang

No	Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Apakah anda mengenal Rubels Shake Padang ?	20	-	20
2	Jika ya, apakah anda membeli Rubels Shake Padang ?	8	12	20
3	Jika ya, apakah anda pernah mencoba Rubels Shake Padang ?	8	-	8
4	Setelah mencoba Rubels Shake Padang, apakah anda puas ?	3	5	8
5	Jika ya, apakah anda akan melakukan <i>repeat order</i> ?	3	-	3

Sumber: Data Primer

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat dari hasil penyebaran kusioner sementara kepada 20 orang konsumen rubels shake padang, dan ke 20 orang tersebut mengenal itu rubels shake padang, tapi hanya sedikit yang membeli dan mencoba rubels shake padang. Jadi, dapat kita lihat bahwa *repeat order* konsumen terhadap rubels shake padang masih rendah. Dan dari 8 orang yang membeli hanya 3 orang yang puas dan melakukan *repeat order* terhadap rubels shake padang.

Terindikasi bahwa *repeat order* pada rubels shake padang tidak optimal disinyalir disebabkan oleh, kualitas produk yang masih rendah, kemampuan inovasi yang masih rendah dan daya tarik produk yang belum optimal.

Maka penulis tertarik mengangkat permasalahan tersebut untuk dilakukannya penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk dan**

Kemampuan Inovasi Terhadap *Repeat order* Dengan Daya Tarik Produk Sebagai Variabel Intervening Pada Rubels Shake Padang.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari kajian – kajian teori manajemen pemasaran diatas terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi *repeat order*, diantaranya:

1. Kepuasan pelanggan yang belum sesuai dengan harapan
2. Kualitas pelayanan masih rendah
3. Preferensi merek masih belum optimal
4. Kualitas produk masih rendah
5. Nilai yang dirasakan masih belum sesuai harapan
6. Inovasi produk yang masih belum optimal
7. Daya tarik produk yang masih rendah
8. Harga yang ditawarkan masih tinggi
9. Tempat Rubels Shake Padang kurang strategis.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini terfokus maka dibatasi masalah ini dengan kualitas produk (X1), kemampuan inovasi (X2) sebagai variable bebas, *repeat order* sebagai variable terikat (Y) dan daya tarik produk (Z) sebagai variabel intervening pada Rubels Shake Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap daya tarik produk pada Rubels Shake Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh kemampuan inovasi secara parsial terhadap daya tarik produk pada Rubels Shake Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap *Repeat order* pada Rubels Shake Padang?
4. Bagaimanakah pengaruh kemampuan inovasi secara parsial terhadap *Repeat order* pada Rubels Shake Padang?
5. Bagaimanakah pengaruh daya tarik produk secara parsial terhadap *Repeat order* pada Rubels Shake Padang?
6. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap *Repeat order* dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening pada Rubels Shake Padang?
7. Bagaimanakah pengaruh kemampuan inovasi terhadap *Repeat order* dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening pada Rubels Shake Padang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Bertolak dari permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, ada beberapa tujuan yang hendak dicapai oleh penulis, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap daya tarik produk pada Rubels Shake Padang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemampuan inovasi secara parsial terhadap daya tarik produk pada Rubels Shake Padang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap *Repeat order* pada Rubels Shake Padang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemampuan inovasi secara parsial terhadap *Repeat order* pada Rubels Shake Padang.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik produk secara parsial terhadap *Repeat order* pada Rubels Shake Padang.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap *Repeat order* dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening pada Rubels Shake Padang.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemampuan inovasi terhadap *Repeat order* dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening pada Rubels Shake Padang.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

- 1) Berguna untuk menambah dan memperdalam ilmu tentang pengaruh kualitas produk dan kemampuan inovasi terhadap *repeat order* dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening pada rubels shake padang.
- 2) Untuk membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek yang ada di lapangan.

2. Bagi Pihak Rubels Shake Padang

- 1) Berbagai gambaran dan masukan bagi pihak rubels shake padang mengenai kualitas produk dan kemampuan inovasi terhadap *repeat order* dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening.
- 2) Agar bisa memberikan saran-saran yang mungkin berguna untuk pelaksanaan yang lebih terarah dalam pencapaian tujuan yang di kehendaki.
- 3) Dengan melihat dan memahami tentang skripsi ini, hendaknya dapat lebih sempurna.

3. Bagi Pembaca

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi yang membacanya. dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.